



# ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

## télévision

Question écrite n° 106430

### Texte de la question

M. Jean-Luc Warsmann attire l'attention de M. le ministre de la culture et de la communication sur le volume sonore des publicités diffusées à la télévision. En effet, en dépit des règles fixées par les chaînes télévisées, il semblerait que celui-ci excède le volume des autres programmes. En conséquence, il le prie de bien vouloir lui faire connaître sa position et ses intentions sur ce sujet.

### Texte de la réponse

Le décret n° 92-280 du 27 mars 1992 définit les obligations des éditeurs de services en matière de publicité, de parrainage et de télé-achat et dispose en son article 14 que le volume sonore des séquences publicitaires ainsi que des écrans qui les précèdent et qui les suivent ne doit pas excéder le volume sonore moyen du reste du programme. La loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication a confié à une instance de régulation indépendante, le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), la mission de veiller au respect par les éditeurs de services des dispositions qui leur sont imposées. Ainsi, en 2003, cette instance a commandé une étude, réalisée par l'École nationale supérieure des télécommunications de Paris, qui corrobore l'analyse de l'honorable parlementaire. C'est pourquoi, en mars 2004, le Conseil a décidé d'engager avec les chaînes une concertation afin d'obtenir un meilleur confort d'écoute pour les téléspectateurs. À la suite d'une nouvelle campagne de mesures conduite sur la base de paramètres différents dès la fin de l'année 2004, le CSA a adressé, le 23 mai 2006, une mise en garde à M 6 et écrit à TF 1 et France 3, pour leur indiquer que, même si une amélioration de la situation a été constatée depuis l'étude réalisée en 2003, le volume sonore des messages publicitaires est toujours supérieur au volume sonore moyen du reste du programme. Par ailleurs, pour un meilleur confort d'écoute des téléspectateurs, le CSA a décidé de lancer une nouvelle campagne de mesure du volume sonore des écrans publicitaires.

### Données clés

**Auteur :** [M. Jean-Luc Warsmann](#)

**Circonscription :** Ardennes (3<sup>e</sup> circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

**Type de question :** Question écrite

**Numéro de la question :** 106430

**Rubrique :** Audiovisuel et communication

**Ministère interrogé :** culture et communication

**Ministère attributaire :** culture et communication

### Date(s) clé(s)

**Question publiée le :** 10 octobre 2006, page 10488

**Réponse publiée le :** 14 novembre 2006, page 11841